

К ВОПРОСУ О ПРОСТРАНСТВЕННЫХ АСПЕКТАХ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

ON THE ISSUE OF SPATIAL ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF ORGANIC AGRICULTURE

Абряндина Виктория Викторовна

В статье рассмотрены вопросы пространственного развития и территориального размещения производителей органической продукции. Представлена картина распределения органических производств по округам и регионам России с определением доли от общего количества по всей стране. Показано распределение органических хозяйств в разрезе областей с учетом специализации. Определены основные проблемы, сдерживающие процесс формирования сбытовых цепочек органической продукции, в том числе вопросы взаимодействия производителей органической продукции с крупными торговыми сетями.

Ключевые слова: пространственное развитие, органическое сельское хозяйство, территориально размещение, сбытовые цепочки.

The article deals with the issues of spatial development and territorial location of organic producers. A picture of the distribution of organic production by districts and regions of Russia is presented, with the determination of the share of the total number throughout the country. The distribution of organic farms in the context of regions, taking into account specialization, is shown. The main problems hindering the formation of organic product distribution chains, including issues of interaction between organic producers and large retail chains, have been identified.

Keywords: spatial development, organic agriculture, territorial location, distribution chains.

Согласно Стратегии пространственного развития Российской Федерации, которая является документом стратегического планирования развития территорий на основе территориального принципа, все территории подлежат типизации и разделены на восемь типов (табл.1).

Таблица 1 - Типизация территорий на основе Стратегии пространственного развития России

№	Понятие "территория"	Территориальная составляющая	Особенности
1	агропромышленный центр	одно или несколько муниципальных образований (МО)	специализация – высокоэффективное агропромышленное производство
2	геостратегическая территория	один или несколько субъектов России	специфические условия ведения хозяйственной деятельности
3	крупная городская агломерация	совокупность близлежащих населенных пунктов (от 500 до 1000 тыс. чел.)	общая инфраструктура, экономические, трудовые и социальные связи
4	крупнейшая городская агломерация	совокупность близлежащих населенных пунктов (более 1000 тыс. чел.)	общая инфраструктура, экономические, трудовые и социальные связи
5	минерально-сырьевой центр	одно или несколько МО и (или) акваторий в пределах совокупности разрабатываемых или планируемых месторождений	связанные общей инфраструктурой с единым пунктом отгрузки сырья (добываемого)
6	перспективная экономическая специализация субъектов РФ	совокупность укрупненных пространственных факторов размещения видов экономической деятельности	отрасли, обусловленные благоприятным сочетанием конкурентных преимуществ
7	перспективный центр экономического роста	одно или несколько МО и (или) акваторий, в том числе и №1 и №5.	обладает потенциалом для обеспечения значительного вклада в экономический рост РФ
8	сельская территория	сельское поселение	межселенная территория

Источник: составлена автором по [1].

Также в выше упомянутом документе дается определение самого пространственного развития. Основная мысль данного понятия заключается в следующем: совершенствование системы территориальной организации экономики в основном за счет эффективности проведенной государственной политики регионального развития.

Следовательно, с этой позиции на трансформацию пространственной организации экономики в сфере органического сельского хозяйства имеют влияние: изменения потребительского предпочтения на продукты питания, с одной стороны, и выгодное расположение органических производств, относительно более обширным потребительским рынкам, с другой. Эту гипотезу можно подкрепить оценкой потребительского поведения, по результатам проведенного анализа потребления органической продукции. По его итогам выяснилось, что более 78% такого рода продукции реализуется в крупнейших городских агломерациях.

В контексте пространственного развития органического сельского хозяйства, следует посмотреть на саму его сущность, в основе которой лежит один из основных принципов – экологичность территорий, особенностью которого является определенные требования к технологических процессов при производстве органической продукции.

Общий тренд развития органического хозяйства имеет положительную динамику. Число производители органической продукции ежегодно растет. Например, по официальным данным реестра Минсельхоза РФ, только за 2022 год число таких производств выросло на 47%, а в 2023 году еще на 11%.

Для характеристики состояния органических хозяйств на основе данных реестра органических производств мы провели анализ прошедших сертификацию предприятий по основным позициям: организационно-правовая форма, размещение и специализация. Надо отметить, что тема оценки регионов по степени предпочтительности формирования и

развития в них рынков органической продукции достаточно актуальная на сегодняшний день [2].

На наш взгляд, будет интересно посмотреть, как географически размещены в настоящее время сертифицированные организации по производству органической продукции, и как это может повлиять на их пространственное развитие. В таблице 2 представлена информация по размещению органических производств по округам России.

Таблица 2 – География размещения органических производств, 2023 год

Федеральный округ	Число субъектов РФ, имеющих органические производства	Производители органических производств, ед.	
		Количество	Доля в общем итоге, %
Центральный	15	65	46,4
Северо-Западный	4	10	7,1
Южный	5	16	11,4
Северо-Кавказский	2	3	2,1
Приволжский	9	24	17,1
Уральский	3	7	5,0
Северный	5	12	8,6
Дальневосточный	2	3	2,1
Итого:	45	140	100

Источник: составлена автором по [3].

Из таблицы видно, с значительным отрывом лидирует Центральный федеральный округ, а в Северо-Кавказском, Уральском и Дальневосточном федеральных округах органических производств очень мало. Также можно сделать вывод о том, что в более 50% субъектах Российской Федерации в настоящее время уже имеет место пространственное развитие органического сельского хозяйства.

Далее в таблице 3 нами представлено более углубленная информация по распределению органических хозяйств по территории России в разрезе субъектов.

Таблица 3 – Распределение производителей органических продуктов по регионам России, 2023 год

Субъект (Респ., обл., края, АО)	Органические производства, ед.	Доля к итогу по округу, %	Доля к общему итогу по РФ, %
Воронежская	14	21,5	10,0
Московская	10	15,4	7,1
Москва	5	7,7	3,6
Калужская	7	10,8	5,0
Ярославская	7	10,8	5,0
Тамбовская	4	6,2	2,6
Белгородская	5	7,7	3,6
Тульская	3	4,6	2,1
Тверская	3	4,6	2,1
Липецкая	2	3,1	1,4
Орловская	1	1,5	0,7
Рязанская	1	1,5	0,7
Смоленская	1	1,5	0,7
Ивановская	1	1,5	0,7
Костромская	1	1,5	0,7
Санкт-Петербург	3	30,0	2,1
Новгородская	4	40,0	2,6
Калининградская	2	20,0	1,4
Ленинградская	1	10,0	0,7
Краснодар	11	68,8	7,9
Ростовская	1	6,3	0,7
Крым	1	6,3	0,7
Волгоградская	1	6,3	0,7
Севастополь	2	12,5	1,4
Ставрополь	1	33,3	0,7
Кабард.-Балкария	2	66,7	1,4
Мордовия	6	25,0	4,3
Пензенская	2	8,3	1,4
Татарстан	5	20,8	3,6
Оренбургская	3	12,5	2,1
Пермь	2	8,3	1,4
Самарская	3	12,5	2,1
Нижегородская	2	8,3	1,4
Ульяновская	1	4,2	0,7
Удмуртская	1	4,2	0,7
Ханты-Манс.	5	71,4	3,6
Свердловская.	1	14,3	0,7

Тюменская	1	14,3	0,7
Алтай	6	50,0	4,3
Кемеровская	3	25,0	2,1
Новосибирская	1	8,3	0,1
Красноярск	1	8,3	0,1
Омская	1	8,3	0,1
Приморье	2	66,7	1,4
Хабаровск	1	33,3	0,7

Источник: составлена автором по [3].

В целом, наибольшее количество органических хозяйств, расположены в пределах Воронежской – 14, Московской – 10 областях, Краснодарском крае – 11. Также можно отметить Калужскую и Ярославскую области (по 7 ОП). Кроме того, можно отметить, что основная масса представлена субъектами малых форм предпринимательства, это более 75%, средние производства составляют 15% от общего числа производителей органических продуктов и крупные производители оставляют 10%. При этом крупные органические производства специализируются в основном на переработке.

В связи с тем, что концентрация органических хозяйств в большей степени сосредоточена в Центральном федеральном округе, мы полагаем, будет уместно показать специализацию данных органических хозяйств. Распределение органических хозяйств по специализации в разрезе областей показаны в таблице 4.

Таблица 2- Специализация органических производств ЦФО, 2023 год

Области	кол-во ОП, ед.	Специализация										
		растениеводст во			животноводст во		смешанное с/х	Переработка (продукция)				торговля
		овощеводст во	садоводство	зерновые	мясо	иное (мед)		молочная	мясная	мучная	иное	
Воронежская	16	4	2	5	1	1	1	0	0	1	0	1
Московская*	28	2	1	1	0	0	5	0	0	1	11	7

Калужская	9	0	1	0	1	0	2	4	0	0	1	0
Ярославская	7	0	0	0	0	0	6	1	0	0	0	0
Тамбовская	6	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	0
Белгородская	5	2	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0
Тульская	5	2	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0
Тверская	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
Курская	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Липецкая	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Орловская	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
Рязанская	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Смоленская	2	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
Владимирская	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0		0
Ивановская	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
Костромская	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Итого	92	12	8	13	3	2	16	7	1	4	18	8
Всего	92	34			5		15	12				

Источник: составлена автором по [4].

*в том числе и г. Москва

Из представленной таблицы видно, что лидирующую позицию, как уже отмечалось выше, по количеству производителей органической продукции в Центральном федеральном округе занимает Воронежская область, Московская область и г. Москва. Также можно отметить Калужскую и Ярославскую области. При этом если посмотреть по распределению органических производств относительно специализации, то можно отметить, что в Воронежской области идет развитие во многих направлениях, начина с производства и заканчивая торговлей. Что нельзя сказать про остальные регионы на данных территориях.

Очевидно, что для пространственного развития органического сельского хозяйства должен быть устойчивый сбыт органической продукции. В этой связи можно говорить о формировании рынка органической продукции. Между тем, системы сбыта органической продукции в настоящее время находится на стадии формирования [моя ст 2024 год].

Рассмотрим наиболее важные компоненты такой системы. Для начала нужно направленное информирование потребителей о ценности

органической продукции. Необходимо акцентировать внимание на качественные характеристики продукта под знаком «органик». Имеется ввиду то, что органическая продукция содержит в себе больше питательных и полезных веществ, чем продукция, выращенная с применением традиционных технологий. Существует понятие «скрытый голод организма», то есть потребление продуктов с меньшей биологической ценностью. Поэтому количественное ее потребление нужно больше. Продукция органического сельского хозяйства – это ответ на скрытый голод организма, это биологически полноценная пища, выращенная с естественной природной скоростью роста, на натуральных кормах и плодородных почвах. Напомним, что при производстве органической продукции существуют технологические ограничения на использование химических удобрений, различных пищевых добавок, антибиотиков, гормонов роста, ГМО. Органические продукты должны быть чистые от химии различного рода, применяемой в интенсивном сельском хозяйстве. Исследования в области потребительского спроса на продукцию органического происхождения, выявили проблему недостатка информированности покупателей в отношении преимуществ органической продукции, перед аналогичной продукцией.

Далее, с точки зрения развития сбытовых цепочек «органики» необходима маркетинговая стратегия именно для органической продукции, поскольку запутана терминология («органик», «фермерская», «эко», «био») затрудняет потребителю с определением выбора органической продукции на рынке. По экспертным оценкам, в вопросах изучения потребительского поведения, было выявлен высокий процент потребителей продукции с особым статусом, в группу которых в том числе входит и продукция «органик», и составлял он более 85%. При этом потребителями не выделяется только органическая продукция. Для них

данная продукция стоит наряду с аналогичной маркировкой. Следовательно, подтверждается наше предположение о том, что потребитель путает вышеперечисленные понятия при выборе продукции [5]. Потребителю важно понимать, за что он платит деньги, и он должен быть уверен в качестве органической продукции. Производителю тоже важно понимать, что его продукция нужна потребителям. Доверие потребителей – один из ключевых факторов роста спроса.

Еще одним актуальным вопросом по сбыту, является тема взаимодействия производителей органической продукции с торговыми сетями. В этой связи следует отметить следующую тенденцию: торговые сети, не без вмешательства органов государственной власти, разработали определённый порядок взаимодействия с фермерами, в том числе и малыми сельхозтоваропроизводителями органической продукции. На официальных сайтах крупных сетевых магазинов представлены предложения о сотрудничестве с такого рода хозяйствующими субъектами, а также определены требования к договорам поставки продукции. Данные требования отличаются от требований к крупным поставщикам, но все же учитывают специфику мелкотоварного производства. Судя по практике заключения такого рода договоров поставки, фермерам трудно выдерживать требуемый формат поставок.

По нашему мнению, даже при наличии противоречий, во взаимоотношениях между торговыми сетями и субъектами малого аграрного предпринимательства [6], в том числе и производителями органических продуктов, может быть достигнут обоюдный положительный эффект при соблюдении определенных условий и с одной и с другой стороны.

Действующая, в соответствии с Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [7] корпорация развития малого и среднего предпринимательства,

осуществляющая свою деятельность в качестве института развития в сфере малого и среднего предпринимательства, оказывает меры поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства при их взаимодействии с федеральными торговыми сетями. В основном это маркетинговая и информационная поддержка, а также консультации по содействию в организации сбыта. Партнерами данной корпорации являются крупные торговые сети. В их число входят: «Магнит», «Метро», «X5 RETAIL GROUP», «ВкусВилл», «Дикси». Также данная корпорация создала цифровой портал бизнес навигатора – официальный онлайн ресурс для развития малого и среднего бизнеса. Бесплатные возможности по сбыту фермерской продукции предлагает и проект Россельхозбанка «Свое родное» — маркетплейс sвое-rodnoe.ru. Своё Родное работает с малыми и микропредприятиями, которые зарегистрированы в нашей стране. Для участия в проекте необходимо пройти регистрацию на сайте проекта.

Таким образом, в целях снижения рисков производителей, связанных с возможными сложностями при реализации продукции, использовать два способа. Первый – стимулирование торговых сетей к выделению специальной зоны на торговых полках, что облегчит потребителю выбор. Второй – содействие в разработке рентабельных технологий производства, позволяющих снизить себестоимость органической продукции, что поможет реализовать товар в период становления органического рынка по ценам традиционного продукта без выхода за пределы убыточности.

Многие регионы нашей страны находятся в зоне рискованного сельского хозяйства. Если у государства есть заинтересованность в сохранении целостности и дальнейшем развитии сельских территорий, то надо создавать условия для ведения конкурентоспособного производства с применением ресурсосберегающих технологий. При этом меры государственной поддержки с применением особых механизмов

воздействия, способствующих пространственному развитию органического производства должны быть более весомые и эффективные.

На наш взгляд, необходимо: обеспечить производителей органических продуктов поддержкой на федеральном, региональном и муниципальном уровнях; создать приемлемые льготные условия для реализации органической продукции через торговые сети; проводить обширные рекламные кампании в целях информирования широких слоев населения о пользе органической продукции в формировании здорового образа жизни; выработать механизм страхования органического производства; поддержать научные исследования по созданию биологических препаратов, приемлемых для органического земледелия и животноводства.

Список литературы

1. Министерство экономического развития РФ: офиц. сайт. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/strategicheskoe_planirovanie_prostranstvennogo_razvitiya/strategiya_prostranstvennogo_razvitiya_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2025_goda/ (дата обращения: 23.12.2023).
2. Абрядина В.В. Специфика функционирования органического сельского хозяйства//Russian Journal of Management. 2023.Т.11.№2. С.207–216.
3. Перечень производителей органической продукции / Электронный ресурс <https://mcx.gov.ru/upload/iblock/e96/m39lubo1lrsi4ilf3blv8gzc4jkvndda.pdf> (дата доступа 1 ноября 2023 года)
4. Сервис для сравнения финансового состояния фирмы с отраслевыми показателями и конкурентами. офиц. сайт. URL: <https://www.testfirm.ru> (дата обращения: 5.11.2023).
5. 85% россиян предпочитают органическую продукцию российского производства. – URL: <https://rskrf.ru/news/85-rossiyan-predpochitayut-organicheskuyu-produktsiyu-rossiyskogo-proizvodstva/> (дата обращения: 1.07.2023).
6. Суглобов А.Е. Особенности малого бизнеса как субъекта инновационной экономики. Вопросы региональной экономики. 2011. 33980. С. 12-18.
7. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 10.07.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.07.2023)/Собрание законодательства Российской Федерации от 30 июля 2007 г. N 31 ст. 4006.

List of literature

1. Ministry of Economic Development of the Russian Federation: ofic. website. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/strategicheskoe_planirovanie_prostranstvennogo_razvitiya/

strategiya_prostranstvennogo_razvitiya_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2025_goda /
(date of reference: 12/23/2023).

2. Abrandina V.V. Specifics of the functioning of organic agriculture//Russian Journal of Management. 2023.T.11.No.2. pp.207-216.

3. List of organic producers / Electronic resource
<https://mcx.gov.ru/upload/iblock/e96/m39lubo1lrsi4ilf3blv8gzc4jkvndda.pdf> (accessed November 1, 2023)

4. A service for comparing the financial condition of a company with industry indicators and competitors. ofits. website. URL: <https://www.testfirm.ru> (date of application: 5.11.2023).

5. 85% of Russians prefer organic products made in Russia. – URL: <https://rskrf.ru/news/85-rossiyan-predpochitayut-organicheskuyu-produktsiyu-rossiyskogo-proizvodstva/> (date of application: 1.07.2023).

6. Suglobov A.E. Features of small business as a subject of innovative economy. Regional economic issues. 2011. 33980. pp. 12-18.

7. Federal Law "On the Development of small and medium-sized enterprises in the Russian Federation" No. 209-FZ of 07/24/2007 (as amended on 07/10/2023) (with amendments and additions, intro. effective from 07/28/2023)/Collection of legislation of the Russian Federation dated July 30, 2007 No. 31, Article 4006.